

**BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MI MUHAMMADIYAH
PROGRAM KHUSUS KARTASURA**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata1 pada Jurusan
Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan

Diajukan Oleh:

AMIN ROCHMATUN

A510130020

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MI MUHAMMADIYAH
PROGRAM KHUSUS KARTASURA**

PUBLIKASI ILMIAH


Oleh:

AMIN ROCHMATUN

A510130020

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a horizontal crossbar and a loop at the bottom.

(Minsih, S.Ag, M.Pd)

NIK. 1233

HALAMAN PENGESAHAN

**BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MI MUHAMMADIYAH
PROGRAM KHUSUS KARTASURA**

Oleh:

AMIN ROCHMATUN

A510130020

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 17 Mei 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji:

1. Minsih, S.Ag., M.Pd. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Muhroji, S.E., M.Si., M.Pd. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Rubino Rubiyanto, M.Pd. (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,

(Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.)

NIP.19650428 1993303 1001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Mei 2017

Penulis



Amin Rochmatun

NIM. A510130020

BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MI MUHAMMADIYAH PROGRAM KHUSUS KARTASURA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bauran pemasaran jasa pendidikan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura dan hambatan serta solusi dalam penerapan bauran pemasaran. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan desain fenomenologi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) bauran pemasaran jasa pendidikan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura terdiri dari 7P yaitu: a) *Product* (produk), produk jasa yang ditawarkan adalah menciptakan siswa berkembang bakatnya serta mengamalkan ajaran agama Islam. Pilihan program yang ditawarkan yaitu kelas *fullday*, kelas *tahfidz*, dan kelas *SME (Science, Mathematic and English)*; b) *Price* (harga), harga jasa pendidikan berdasarkan pada biaya kebutuhan operasional sekolah; c) *Place* (tempat), berada di lokasi yang strategis, mudah diakses baik kendaraan pribadi maupun transportasi umum dan dekat dengan pusat kegiatan ekonomi; d) *Promotion* (promosi), promosi yang dilakukan dengan iklan melalui berbagai media, berkunjung ke TK-TK, dan kegiatan hubungan masyarakat seperti takjil *on the road*; e) *People* (sumber daya manusia), sumber daya manusia terdiri dari 28 guru, 8 guru pendamping khusus, 10 tenaga kependidikan. Kualitas sumber daya manusia MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura selalu diperhatikan dengan adanya program guru belajar, program magang di sekolah maju, seminar dan rekrutmen melalui tes seleksi; f) *Physical evidence* (bukti fisik), sarana dan prasarana di MI Muhammadiyah program Khusus Kartasura memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar; g) *Process* (proses), menggunakan kurikulum KTSP dengan pendekatan *multiple intelligence*, memiliki 23 ekstrakurikuler, beberapa program pendukung, dan pembiasaan kegiatan Islami, 2) Hambatan yang dialami adalah harga jasa yang ditawarkan dianggap mahal oleh beberapa masyarakat dan kesulitan guru dalam membagi waktu antara promosi dengan agenda guru. Solusi dari hambatan tersebut adalah dengan memberikan keringanan biaya bagi masyarakat yang kurang mampu dan menyerahkan kegiatan promosi pada guru yang memiliki kelonggaran waktu.

Kata kunci: bauran pemasaran, jasa pendidikan, pemasaran

Abstract

This study aims to describe the marketing education service mix of MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura and obstacles and solutions in the application of marketing mix. This study is a qualitative research with phenomenology design. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. Data validity using triangulation of source and technique. Data analysis using Miles and Huberman model which consist of three stages that is data

reduction, data presentation, and conclusion. The result of the research shows that 1) marketing education service mix of MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura consists of 7P, namely: a) Product (product), service products offered is to create students to develop their talents and practice the teachings of Islam. The program options offered are class fullday, tahfidz class, and SME class (Science, Mathematic and English); b) Price, price of education services based on the cost of school operational needs; c) Place, in a strategic location, accessible to both private and public transportation and close to the center of economic activity; d) Promotion (promotion), promotions made by advertising through various media, visiting TK-TK, and public relations activities such as takjil on the road; e) People (human resources), human resources consists of 28 teachers, 8 special escort teachers, 10 education personnel. The quality of human resources MI Muhammadiyah Special Program Kartasura always be concerned with the existence of teacher learning programs, internship programs in advanced schools, seminars and recruitment through selection tests; f) Physical evidence (physical evidence), facilities and infrastructure at MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura adequate and support the activities of teaching and learning process; g) Process (process), using curriculum KTSP with multiple intelligence approach, has 23 extracurricular, some support programs and habituation of Islamic activity, 2) The barrier experienced is the price offered is considered expensive by some society and teacher difficulties in dividing the time between promotion with teacher agenda. The solution of these obstacles is to provide cost relief for the underprivileged and submit promotional activities to teachers who have time constraints.

Keywords: *marketing mix, education service, marketing*

1. PENDAHULUAN

Pendidikan menjadi kebutuhan bagi seluruh masyarakat. Masyarakat berusaha untuk mencari sekolah yang sesuai dengan harapan mereka. Hal tersebut, membuat sekolah berlomba-lomba untuk mewujudkan harapan masyarakat. Persaingan antar lembaga pendidikan dalam era globalisasi saat ini sangat terasa sekali. Sekolah yang tidak mampu bersaing dapat ditinggalkan oleh masyarakat. Oleh karenanya, agar dapat memenangkan persaingan maka sekolah harus memperhatikan aspek-aspek tertentu utamanya dalam hal pemasaran karena bila tidak dilakukan sekolah bisa tutup atau digabung dengan sekolah yang lain sebagaimana yang terjadi akhir-akhir ini. Pendidikan sendiri termasuk ke dalam produk jasa. Kotler dalam Hidayat dan Machali (2012: 228) menjelaskan bahwa jasa adalah “setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak

menyebabkan kepindahan kepemilikan”. Sehingga dalam pemasarannya, hal yang ingin ditawarkan kepada masyarakat adalah jasa pendidikan.

Dalam mewujudkan pelayanan pendidikan yang prima dan memuaskan siswa diperlukan strategi pemasaran khususnya bauran pemasaran (Machali dan Hidayat, 2016: 290). Bauran pemasaran menurut Kotler dkk dalam Hidayat dan Machali (2012: 238) adalah “ serangkaian unsur-unsur pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuannya dalam pasar sasaran”. Bauran pemasaran menurut Zeithaml dan Bitzer sebagaimana dikutip oleh Hidayat dan Machali (2012: 238-241) terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people, phsycal evidence, process*). Sehingga agar pemasaran dapat berhasil maka sekolah dapat memperhatikan seluruh unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran.

MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura pernah mengalami masa-masa yang begitu sulit karena hampir saja sekolah tersebut mau tutup karena jumlah siswanya yang sedikit. Melihat kondisi tersebut, pihak sekolah dan berbagai pihak seperti Ranting Muhammadiyah Kartasura berusaha untuk menghidupkan kembali sekolah tersebut. Usaha-usaha yang dilakukan pun dapat dilihat hasilnya saat ini dimana jumlah siswa pada tahun pelajaran 2016/2017 adalah sebanyak 463. Bahkan pada tahun pelajaran 2017/2018 jumlah siswa menjadi 509. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bauran pemasaran jasa pendidikan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura dan hambatan serta solusi yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah penelitian yang mengungkap fenomena khusus dengan berusaha memahami arti dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu (Ulfatin, 2015: 25). Narasumber dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah, kepala bidang humas, kepala

bidang akademik, kepala bidang kesiswaan, pengurus BPH, orangtua siswa dan siswa. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik induktif. Menurut Sugiyono (2015: 89), analisis data kualitatif bersifat induktif artinya analisis data yang diperoleh dikembangkan menjadi hipotesis yang kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan data. Analisis data yang digunakan adalah analisis data Miles *and* Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan menggunakan uji kredibilitas dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan MI Muhamamdiyah Program Khusus Kartasura

Bauran pemasaran MI Muhamamdiyah Program Khusus Kartasura terdiri dari 7P yaitu:

3.1.1 *Product* (produk)

Secara umum MI Muhammadiya Program Khusus Kartasura menawarkan produk jasa berupa siswa dapat berkembang bakatnya serta mengamalkan ajaran agama Islam. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura memiliki 3 pilihan program khusus yaitu: a) kelas *fullday* adalah kelas yang didesain untuk sarana belajar yang *fun*, *smart* dan menggembirakan dengan program *tahfidz juz 30*, belajar baca Al-Qur'an, *sevent habbit*, *active learning*, *experiment*, *catalyst day* (kurikulum yang dibuat oleh para siswa), dan program-program menarik lainnya; b) kelas *SME* (*Science, Mathematic and English*) adalah kelas yang didesain untuk anak-anak berbakat di bidang *science* (ilmu pengetahuan alam) dan *math* (matematika) yang diperkaya dengan bahasa Inggris sebagai bekal masa depan yang semakin *competitive*, baik tantangan dakwah, sosial, politik, maupun ekonomi (mulai kelas 1); c) kelas *tahfidz* adalah kelas yang didesain untuk yang berbakat di bidang *tahfidz* (min. 3 juz), menghafal kitab suci-Nya

akan memberikan bekal kedepan dengan Al-Qur'an yang senantiasa menemaninya dalam meniti karir agar tetap pada jalan-Nya dan kelak akan memberikan mahkota kepada kedua orangtuanya di akhirat. Ketiga program khusus yang dimiliki MI Muhammadiyah Program Khusus memiliki keunikan tersendiri serta menawarkan manfaat-manfaat yang akan diterima siswa. Hal ini sependapat dengan Surmayanto dalam jurnal ekonomi dan kewirausahaan (2011: 51) yang mengatakan bahwa “keunggulan suatu produk jasa tergantung keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut”. Oleh karenanya, sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan harus menunjukkan sebuah produk jasa yang unggul yaitu produk yang unik dan berkualitas sehingga dapat menarik minat pelanggan jasa pendidikan. Hal yang sama juga diungkapkan Kompri (2015: 335) bahwa produk pada dasarnya adalah nilai kepuasan yang kompleks. Nilai tersebut ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima.

3.1.2 *Price* (harga)

Dalam penetapan harga, yang menjadi bahan pertimbangan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura adalah kebutuhan operasional sekolah dimana berkaitan dengan program yang ingin dijalankan sekolah. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura tidak menggunakan konsep memungut biaya serendah-rendahnya agar menarik minat orangtua siswa. Hal ini sependapat dengan Evans sebagaimana yang dikutip oleh Ho dalam jurnal *Asian Social Science* (2014: 17) yang mengatakan bahwa “*setting a suitable price is crucial to marketing success. If the perceived price of a product is much higher than its perceived value, it will become a deterrent to customers. On the contrary, if the perceived price is too low, buyers will be wary about the quality of the product*”. Evans mengatakan bahwa penetapan harga yang sesuai sangat penting dalam pemasaran karena jika harga produk dirasa lebih tinggi dari nilai yang dirasakan, maka pelanggan akan jera dan jika harga yang dirasa rendah maka pembeli akan ragu akan kualitas produk.

3.1.3 *Place* (tempat)

Tempat yang strategis, mudah diakses, tersedianya alat transportasi umum merupakan nilai positif tersendiri bagi MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura. MI Muhammadiyah Program Khusus terletak di daerah kota dan dekat dengan pusat kegiatan ekonomi seperti toko-toko dan pasar.. Halaman yang dimiliki juga luas. Keamanan menjadi perhatian pihak sekolah. Hal ini dikarenakan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura berada di pinggir jalan raya yang lalu lintasnya sangat ramai. Oleh karenanya, agar tidak menimbulkan kekhawatiran bagi orangtua siswa akan keamanan anaknya maka ketika pembelajaran berlangsung gerbang depan sekolah selalu dijaga oleh petugas keamanan. Mengenai kondisi lalu lintas jalan depan yang ramai, maka ketika jam masuk dan pulang sekolah petugas keamanan juga membantu untuk mengatur lalu lintas agar lancar. Hal ini sesuai dengan pendapat Holcomb yang dikutip Ho (2014: 18) yang mengatakan bahwa *“moreover, safety is of prime concern to parents, and schools need to ensure parents that they are offering a safe learning environment and transportation services”*. Berdasarkan pendapat Holcomb diatas, bahwa keamanan menjadi perhatian utama para orangtua dan tugas sekolah adalah memastikan lingkungan belajar yang aman dan ketersediaan layanan transportasi.

3.1.4 *Promotion* (promosi)

Promosi sangat penting dilakukan karena tanpa kegiatan promosi maka masyarakat tidak mengetahui informasi tentang sekolah. Teknik promosi yang dilakukan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura melalui media cetak seperti brosur, *banner*, spanduk, baliho, koran. Brosur biasanya dibagikan di TK-TK, lembaga mitra, tempat usaha orangtua siswa. *Banner* dan spanduk yang dipasang di jalan-jalan. Kegiatan promosi yang dilakukan melalui koran adalah peliputan kegiatan sekolah dan pencantuman nama sekolah bagi guru yang menulis artikel. Sedangkan promosi menggunakan media elektronik dilakukan melalui *web site*, *facebook*, *youtube*. Pelaksanaan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik dilakukan sepanjang tahun dan informasi yang disampaikan berisi

proses pembelajaran, kegiatan PPL, publikasi kejuaraan, dan kegiatan sekolah lainnya. Promosi penjualan dilakukan dengan mengikuti pameran pendidikan yang diadakan di TK-TK. Selain itu penjualan tatap muka dilakukan dengan mengadakan *roadshow* ke TK-TK. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui kegiatan hubungan masyarakat yaitu melalui kegiatan takjil *on the road*. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui kegiatan hubungan masyarakat yaitu melalui kegiatan takjil *on the road*. Cowel dalam Irianto dan Prihatin (2010: 344) menerangkan bahwa tujuan promosi adalah sebagai berikut:

- (a) Membangun kepedulian dan ketertarikan terhadap produk jasa dan lembaga penyedia jasa;
- (b) Membedakan jasa yang ditawarkan lembaga dari pesaing;
- (c) Mengkomunikasikan dan menggambarkan kelebihan dari jasa yang tersedia/lembaga penyedia jasa tersebut;
- (d) Membujuk *customer* untuk membeli dan menggunakan jasa tersebut.

Sehingga agar tujuan promosi dapat tercapai maka sekolah dapat mengembangkan strategi promosi yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika dalam jurnal Hanatawidya (2016: 109) menemukan bahwa promosi dapat dilakukan melalui media cetak, mengadakan lomba, *open house*, seminar, dan media elektronik.

3.1.5 *People* (sumber daya manusia)

Sumber daya manusia yang dimaksud adalah tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Jumlah tenaga pendidik dan tenaga kependidikan di MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura adalah 46 orang terdiri dari 28 guru, 8 GPK (guru pendamping khusus), dan 10 tenaga kependidikan. Mengenai kualifikasi akademik tenaga pendidik, hampir semua berijazah S1. Sedangkan kualifikasi tenaga kependidikan terdiri S1, D3, SMA, SMP, dan SD. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura selalu berupaya meningkatkan kualitas sumber daya yang dimilikinya. Hal ini terlihat dari adanya program guru belajar yang diadakan setiap Sabtu kedua dan keempat, mengikutsertakan guru ke acara seminar dan mengirim guru untuk magang di sekolah yang maju. Tenaga kependidikan khususnya TU juga mendapatkan pelatihan seperti pelatihan masalah pengelolaan biaya sekolah oleh bank.

Rekrutmen tenaga pendidik dilakukan dengan melalui tes seleksi. Tes seleksi terdiri dari tes administrasi, psikotes, tes wawancara, tes keagamaan (Al-Islam dan Kemuhammadiyah), tes mengaji dan *tahfidz*, serta tes praktik mengajar. Hal yang sama juga berlaku bagi tenaga kependidikan kecuali tes praktek mengajar. Upaya-upaya yang dilakukan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura mulai dari pelatihan, seminar, kegiatan magang, hingga perekrutan melalui seleksi merupakan dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan pendapat Irianto dan Prihatin (2010: 349) bahwa “sumber daya manusia disini menyangkut pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah *customer*”.

3.1.6 *Pshycal evidence* (bukti fisik)

MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Sarana dan prasarana yang dimiliki seperti masjid, UKS, 15 ruang kelas, *resource room* (ruang bagi anak berkebutuhan khusus), taman bermain, lapangan futsal, AC, kipas angin, *LCD*, *LED TV*. MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura dahulunya memiliki perpustakaan sekolah, akan tetapi sekarang berganti menjadi perpustakaan kelas dimana setiap kelas terdapat kotak yang berisi buku-buku. Fasilitas AC dan *LED TV* baru terdapat di kelas 1, sedangkan yang lainnya menggunakan kipas angin. Setiap kelas memiliki fasilitas air minum dan loker. Ruang kelas dibuat menarik dengan berbagai tempelan hasil karya siswa. Meja kursi dicat berwarna-warni sehingga terlihat menarik. Laboratorium komputer, IPA ataupun bahasa belum dimiliki MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura. Menurut Irianto dan Prihatin (2010: 349) bahwa bentuk fisik seperti bangunan, sarana dan prasarana, desain interior dan eksterior serta fasilitas penting lainnya sangat berpengaruh terhadap peningkatan *customer* pendidikan.

3.1.7 *Process* (proses)

Dilihat dari aspek prosesnya, maka MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura termasuk ke dalam proses jasa pendidikan yang memperhatikan kebutuhan siswanya. Dalam proses pembelajaran, MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura menggunakan kurikulum KTSP dari kementerian agama sehingga muatan agama lebih banyak. Proses pembelajaran MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura menggunakan pendekatan *multiple intelligence*. Jadi pembelajaran disesuaikan dengan gaya belajar siswa. Sebelum kegiatan pembelajaran dimulai siswa melakukan kegiatan *alpha zone* yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengembalikan kondisi siswa agar dalam keadaan alfa/fresh. Kegiatan *alpha zone* berupa permainan yang menyenangkan. Inovasi pembelajaran juga dilakukan dengan adanya *catalyst day* yaitu kurikulum yang dibuat sendiri oleh siswa yang dilakukan di Sabtu ke-3. *Catalyst day* berisi kegiatan yang ingin dipelajari siswa misalnya kegiatan sehari-hari seperti memasak. Kegiatan eksperimen yaitu kegiatan praktek untuk kelas 1 dan 2. *Outing class* yaitu kegiatan pembelajaran di luar seperti berkunjung ke kantor polisi atau kantor pemadam kebakaran, *kids market* yaitu kegiatan jual beli yang dilakukan siswa, PPL (praktek pembelajaran lapangan) yaitu kegiatan *outbound*, berkunjung ke tempat industri, dll. Beberapa kegiatan Islami yang ada seperti pembiasaan shalat *dhuha*, *infaq* Jum'at, menghafal hadits-hadits, tadarus, shalat Jum'at, shalat jama'ah, menghafal ayat-ayat Al-Qur'an, do'a-do'a harian. Dalam pengembangan bakat, MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura memiliki 23 kegiatan ekstrakurikuler yaitu bahasa Jepang, panahan, renang, senmpoa, *english club*, bulu tangkis, seni tari, *sains club*, menggambar, tenis meja, paduan suara, kepanduan *hizbul wathon*, taekwondo, seni bela diri "tapak suci", jurnalistik, desain grafis, futsal, *math club*, gitar, *robotic*, *cooking class*, qiro'ah, drum. Semua kegiatan yang dilakukan adalah untuk menciptakan lulusan yang diharapkan oleh MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura yaitu berkembang bakatnya dan mampu mengamalkan nilai-nilai keagamaan. Sebagaimana yang diungkapkan

oleh Hidayat dan Machali (2012: 241) bahwa “proses jasa pendidikan meliputi segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya kegiatan belajar-mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan”.

3.2 Hambatan dan Solusi dalam Penerapan Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura

3.2.1 Hambatan

Dalam menerapkan bauran pemasaran, MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura juga memiliki hambatan yaitu harga jasa pendidikan dianggap mahal oleh beberapa masyarakat. Masalah biaya memang menjadi masalah yang sangat sensitif. Hal ini tidak terlepas dari status sekolah yaitu sekolah swasta yang mana harus mandiri dalam segi pembiayaan.

Kesulitan guru membagi waktu antara promosi dengan agenda guru. Tidak adanya tenaga khusus pemasaran dan hanya memaksimalkan tenaga pendidik dalam hal promosi ke TK-TK terkadang membuat kesulitan guru dalam membagi tugas antara mengajar dan promosi ke TK-TK. Pada pelaksanaan promosi terkadang berbenturan dengan kegiatan mengajar guru atau agenda lain seperti rapat.

3.2.2 Solusi

Dalam menghadapi hambatan dalam menerapkan bauran pemasaran, maka sekolah memberikan solusi yaitu kepala sekolah MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura memberikan keringanan biaya bagi masyarakat yang kurang mampu, di MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura. Bagi masyarakat yang menginginkan keringanan biaya dapat menemui kepala sekolah untuk didiskusikan bersama.

Solusi dari permasalahan yang dialami guru dalam hal membagi waktu antara kegiatan promosi dan agenda yang dimiliki guru adalah dengan menyerahkan kegiatan promosi kepada guru yang memiliki kelonggaran waktu untuk menggantikan guru yang tidak bisa melaksanakan kegiatan promosi ke TK-TK.

4. PENUTUP

Bauran pemasaran MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura terdiri dari 7P yaitu: a) *Product* (produk), produk jasa yang ditawarkan adalah menciptakan siswa berkembang bakatnya serta mengamalkan ajaran agama Islam. Pilihan program yang ditawarkanyaitu kelas *fullday*, kelas *tahfidz*, dan kelas *SME (science, mathematic and english)*. b) *Price* (harga), konsep harga adalah sesuai dengan kebutuhan operasional sekolah. c) *Place* (tempat), MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura berada di lokasi yang strategis, mudah diakses baik kendaraan pribadi maupun transportasi umum dan dekat dengan pusat kegiatan ekonomi. d) *Promotion* (promosi), promosi yang dilakukan MI Muhammadiyah Program Khusus Kartasura adalah iklan melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik, *roadshow* ke TK-TK, dan kegiatan hubungan masyarakat seperti takjil *on the road*. e) *People* (sumber daya manusia), sumber daya manusia terdiri dari 28 guru, 8 guru pendamping khusus, 10 tenaga kependidikan. Kualitas sumber daya manusia MI Muhamamdiyah Program Khusus Kartasura selalu diperhatikan dengan adanya program guru belajar, program magang di sekolah maju, seminar dan rekrutmen sumber daya manusia melalui tes seleksi. f) *Pshycal evidence* (bukti fisik), sarana dan prasarana di MI Muhammadiyah program Khusus Kartasura memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar. g) *Process* (proses), proses pembelajaran menggunakan kurikulum KTSP dengan pendekatan *multiple intelligence*, memiliki 23 ekstrakurikuler, beberapa program pendukung dan pembiasaan kegiatan Islami.

Hambatan yang dihadapi dalam menerapkan bauran pemasaran adalah harga jasa pendidikan dianggap mahal bagi beberapa masyarakat dan kesulitan guru dalam membagi waktu antara promosi dengan agenda guru. Solusi dari hambatan tersebut adalah dengan memberikan keringanan biaya bagi masyarakat yang kurang mampu dan menyerahkan kegiatan promosi kepada guru yang memiliki kelonggaran waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Ara dan Imam Machali. 2012. *Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta: Kaukaba
- Ho, Hsuan-Fu. 2014. "Revamping the Marketing Mix for Elementary Schools in Taiwan". *Asian Social Science* Vol. 10, No. 3; 2014 pp. 15-25. Diakses pada 28 Maret 2017 (<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/viewFile/33835/19504>)
- Irianto, Yoyon Bahtiar dan Eka Prihatin. 2010. "Pemasaran Pendidikan" dalam Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta (hal. 327-350)
- Kompri. 2015. *Manajemen Pendidikan 3*. Bandung: Alfabeta
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2016. *The Handbook of Education Management Teori dan Praktik Peneglolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Muhaimin, dkk. 2010. *Manajemen Pendidikan" Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana
- Rahmatika, Merry Dita. 2016. "Upaya Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School Jogja". Dalam Jurnal Hanatawidya Edisi Juli Tahun 2016 hal. 109-121. Diakses pada 24 Maret 2017 (<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/fipmp/article/view/2931>)
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sumaryanto. 2011. "Strategi Sukses Bagi Usaha Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Manajemen Proses". Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11, No. 1, April 2011 : 48 – 60. Diakses pada 23 Maret 2017 (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=115129&val=5259>)
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ulfatin, Nurul. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Malang: MNC Publishing